



Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis
Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação



DIANA CRISTINA DA SILVA

Usabilidade em sites de moda

Rio de Janeiro
2013

DIANA CRISTINA DA SILVA

Usabilidade em sites de moda

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Maria Irene da Fonseca e Sá

Rio de Janeiro
2013

S586u SILVA, Diana Cristina da.

Usabilidade em site de moda / Diana Cristina da Silva. – Rio de Janeiro, 2013.
37f. :il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

Orientadora: Maria Irene da Fonseca e Sá

1. Arquitetura da informação. 2. Usabilidade. 3. Heurísticas de Nielsen. 4. Moda. 5. Websites. I. Sá, Maria Irene da Fonseca e. II. Souza Britto, Andre Luiz de. III. Título.

CDU:
CDD:

Diana Cristina da Silva

Usabilidade em sites de moda

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG/FACC), da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Bacharel em Biblioteconomia

BANCA EXAMINADORA

Aprovado em: ____ / ____ / ____

Prof. Maria Irene da Fonseca e Sá
Doutora em Ciência da Informação
Orientadora

Prof. Andre Luiz de Souza Britto
Master of Business Administration em Tecnologia da Informação – Executivo (MBA TI-e)
Professor Convidado

Prof. Maria José Veloso da Costa Santos
Mestre em Ciência da Informação
Professora Convidada

Lista de Figuras

Figura 1	Status do sistema	19
Figura 2	Status do sistema	20
Figura 3	Compatibilidade do sistema com o mundo real	21
Figura 4	Compatibilidade do sistema com o mundo real	21
Figura 5	Controle do usuário e liberdade	22
Figura 6	Controle do usuário e liberdade	23
Figura 7	Consistência e padrões	24
Figura 8	Consistência e padrões	24
Figura 9	Prevenção de erros	25
Figura 10	Prevenção de erros	25
Figura 11	Reconhecimento ao invés de lembrança	26
Figura 12	Reconhecimento ao invés de lembrança	26
Figura 13	Flexibilidade e eficiência de uso	27
Figura 14	Flexibilidade e eficiência de uso	27
Figura 15	Flexibilidade e eficiência de uso	28
Figura 16	Estética e design minimalista	29
Figura 17	Estética e design minimalista	29
Figura 18	Estética e design minimalista	30
Figura 19	Ajudar aos usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros	30
Figura 20	Ajudar aos usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros	31
Figura 21	Ajuda e documentação	31
Figura 22	Ajuda e documentação	32
Figura 23	Ajuda e documentação	32
Figura 24	Ajuda e documentação	32
Figura 25	Ajuda e documentação	33

Dedicatória

Dedico esse trabalho aos meus pais, meus avós e bisavós.

Agradecimentos

Em primeiro lugar agradeço a Deus, por me dar essa oportunidade. Em segundo, a meus pais, José e Ana, que sempre fizeram o possível pra eu chegar até aqui. Minha avó Vilma, por ter me criado com amor e carinho e me ensinado os verdadeiros valores da vida. Hoje ela não está presente fisicamente para ver esse momento, mas está vibrando por mim em algum lugar lindo.

Ao meu avô de coração, Aldemir - que também não se encontra mais no plano terreno – por, juntamente com a minha avó, ter me criado. À minha avó Valdete, por ser uma grande mulher. Às Reginas - Penna e Tinoco - e ao meu Tio Sergio, por fazerem parte da minha trajetória escolar e acadêmica.

Aos meus irmãos queridos, por fazerem parte da minha vida. Em especial, à minha irmã Thaisa e à minha irmã de coração Carolina, por serem grandes exemplos pra mim.

Aos meus queridos amigos que estão sempre ao meu lado e me inspiram a ser uma pessoa melhor e me trazem alegria: Vanessa, minha grande amiga de infância, meus queridos que chegaram até mim divinamente e que eu espero mantê-los perto de mim por muitas encarnações: Igor, Kainã, Lahna, Lara, Yasmin, Sabrina e Vitor. Isadora e Thaylane, pelos anos de amizade, conselhos e momentos de alegria.

Aos amigos que à UFRJ me deu de presente, Aline, Mariana Fernades, Mariana Mathias, Amanda, Felipe, Thulio, Karine, Thiago, Paula, Solange e em especial Vitor, Danyara e Gabriel que estiveram comigo nesses momentos finais. Amo vocês.

Ao Carlos, meu ex-chefe, por todos os ensinamentos.

Aos professores pela dedicação, paciência e por serem grandes mestres. Meu carinho e minha gratidão.

Em especial à professora Maria Irene, minha orientadora, que além de um grande exemplo de profissional é também um grande exemplo como pessoa. Aos profissionais da coordenação do CBG, Eliana Taborda e Regina Trindade.

Obrigada a todos que fizeram parte direta e indireta da minha trajetória até aqui.

SILVA, Diana Cristina da. **Usabilidade em sites de moda**. 2013. xx 37f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013.

Resumo

O presente trabalho visa analisar e comparar a usabilidade dos sites da Farm e da Dress to, marcas cariocas de roupas femininas voltadas para o público jovem, através da aplicação das Heurísticas de Nielsen. Para isto serão estudados conceitos de arquitetura da informação, as heurísticas de Nielsen e sua aplicabilidade, usabilidade, como a indústria da moda aliou a evolução dos websites e o seu crescente uso ao marketing, para aumentar a divulgação de suas marcas e se aproximar dos clientes e a importância que os profissionais da área que desenvolvem os sites devem dar aos usuários. As Heurísticas de Nielsen serão aplicadas para avaliar a usabilidade em ambos os sites, a fim de fazer uma comparação entre eles e apresentar os erros das interfaces e possíveis mudanças, que trarão benefícios aos usuários.

Palavras-chave: Arquitetura da informação. Heurísticas de Nielsen. Usabilidade. Web sites

Sumário

1	Introdução	10
2	Justificativa	11
3	Objetivos	12
3.1	Objetivo geral	12
3.2	Objetivos específicos	12
4	Referencial Teórico	13
4.1	Arquitetura da informação	13
4.2	Usabilidade	14
4.3	Heurísticas de Nielsen	15
4.4	Indústria da moda	17
5	Metodologia	18
6	Aplicação das Heurísticas de Nielsen	19
6.1	Status do sistema	19
6.2	Compatibilidade do sistema com o mundo real	20
6.3	Controle do usuário e liberdade	22
6.4	Consistência e padrões	24
6.5	Prevenções de erros	25
6.6	Reconhecimento ao invés de lembrança	26
6.7	Flexibilidade e eficiência de uso	27
6.8	Estética e design minimalista	28
6.9	Ajudar os usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros	30
6.10	Ajuda e documentação	31
7	Considerações Finais	34
8	Resultados	35
	Referências	36

1 Introdução

Com o fomento da internet, novas formas de se fazer coisas tradicionais surgiram, como fazer compras e conhecer novas marcas e produtos. A internet gerou novas possibilidades para a indústria, a aproximação com os clientes e o marketing digital. As tecnologias da informação e comunicação têm proporcionado às empresas, novas modalidades de relacionamento com o consumidor, que se bem aproveitadas podem acarretar no aumento de lucros.

Como o caso que será estudado no presente trabalho fala especificamente de um tipo de indústria, vamos nos forçar nela para desenvolver o texto. Essa indústria é a da moda, que como já dito, seguiu a onda de desenvolvimento, ocorrida a partir do boom da internet, tendo aumentado de maneira exponencial, suas possibilidades de venda, marketing e interação com clientes, ao redor do globo, uma vez que fronteiras físicas, não criam mais empecilhos.

Devido a esse processo evolutivo da internet e com o crescente uso dos sites Web e softwares o número de usuários aumentou. O acesso não é restrito somente a usuários experientes, mas também a usuários sem nenhuma experiência. Porém não é devido ao crescimento de sites que se encontram usuários sempre satisfeitos com a interação com a interface. O que pode resultar na não volta de um usuário a determinado site.

Para que a satisfação do usuário seja atingida, o máximo possível, testes de usabilidade são realizados durante o processo de desenvolvimento do site. Isso faz com que erros sejam evitados e problemas anulados.

O presente trabalho visa testar a usabilidade dos sites da Farm e Dress to, fazendo uma comparação entre ambos, apontando problemas e erros.

2 Justificativa

O presente trabalho tem em sua justificativa a importância da avaliação de sites, para a maximização do potencial de sua interface, promovendo uma melhor dinâmica entre ela e o usuário, visto que essa troca entre usuário e interface, é o objetivo final de todo o site, tendo em vista que é ela que apresentará de forma eficaz e eficiente, todo o conteúdo que o site deseja transmitir, e para isso então, será feita a análise de dois Websites, através do método das Heurísticas de Nielsen, que tem como finalidade abordar problemas nas interfaces. Avaliando a usabilidade dos sites, identificaremos os problemas, o que possibilita a sugestão de soluções para os mesmos. Sem esquecer um dos principais objetivos, a satisfação do usuário.

Esse trabalho se justifica também na importância do bibliotecário, como mediador desse papel de organização da interface dos sites, uma vez que Creth apud Blattmann et al(1996) menciona o bibliotecário no papel de um trabalhador/gerente do conhecimento. Já que ainda segundo o autor:

O ciclo da transferência da informação é diretamente afetado pelo uso da *Internet*. Onde os bibliotecários necessitam conhecer e envolver-se com este novo ciclo de transferência da informação, passando pelas etapas de criação, reestruturação e representação da informação até a disseminação e seu uso. (CRETH apud BLATTMANN et al. 1996)

Tendo em vista o acima apresentado, podemos perceber que as justificativas para o presente trabalho, vão desde a necessidade de se desempenhar um bom trabalho na estruturação de sites, assim como garantir que esse trabalho seja realizado por profissionais capazes de entender a dinâmica desse processo, como seria o caso dos bibliotecários.

3 Objetivos

Para efetivar estes testes o trabalho deve alcançar alguns objetivos, descritos nessa seção.

3.1 Objetivos gerais

Avaliar a usabilidade dos Websites de forma a identificar os problemas mais comuns enfrentados pelos usuários.

3.2 Objetivos específicos

- Apresentar os conceitos de usabilidade e arquitetura da informação;
- Realizar os testes de usabilidade através das Heurísticas de Nielsen, que foi o método de avaliação escolhido;
- Expor uma comparação e possíveis soluções, dos dois sites citados acima.

4 Referencial Teórico

Abaixo será apresentado o referencial teórico que irá embasar o trabalho.

4.1 Arquitetura da Informação (AI)

O termo arquiteto da informação foi definido por Wurman, nos anos 70 (AGNER, 2009, p.78), como o “indivíduo com a missão de organizar padrões dos dados e de transformar o que é complexo ou confuso em algo mais claro”.

Com o crescimento da Internet e sua transformação numa mídia fundamental, o termo foi empurrado para o centro das atenções. Sendo arquiteto por formação, WURMAN estava inicialmente preocupado com a reunião, a organização e a apresentação de informações, com objetivos definidos (EWING, C., MAGNUSON, E., SCHANG, S., 2003, apud, AGNER).

Nos anos 90 com o boom do comércio eletrônico a A.I. foi lançada no centro das atenções. Ela está relacionada com o projeto, a implementação e a manutenção de espaços informacionais digitais para acesso humano, navegação e uso, por isso ela pode ser considerada uma importante metadisciplina.

O arquiteto da informação tem como um de seus papéis o de mediador. Entre o usuário, o cliente e os profissionais que desenvolvem os Websites, está o arquiteto da informação. Ele serve como uma ponte entre as reais necessidades e os objetivos dos usuários, seus clientes e os demais profissionais que desenvolverão o Website.

Quatro sistemas interdependentes fazem parte da A.I. São eles: sistemas de organização, sistemas de navegação, sistemas de rotulação e sistemas de busca.

Sistemas de Organização: é o sistema que define como será apresentado e categorizado o conteúdo;

Sistemas de rotulação: sistema que rotula signos verbais e visuais dos elementos informativos e que dão suporte à navegação do usuário;

Sistema de navegação: maneiras do usuário de se mover no espaço informacional;

Sistema de busca: são aplicações de software onde os usuários expressam sua necessidade de informação ao digitar perguntas na caixa de entrada. Essas perguntas são cruzadas com um índice que representa o conteúdo, formados pelos termos encontrados nos documentos.

No desenvolvimento de uma interface, o foco no usuário é de grande importância. Os profissionais da área parecem às vezes esquecer o usuário. As empresas criam sites para si e não para seus clientes. Segundo Agner (2009, p.59):

O profissional da era da internet precisa identificar os itens de informação efetivamente buscados pelos visitantes. Geralmente, durante o projeto de sistemas interativos, o foco se concentra nas máquinas e nos sistemas e não no usuário. Designers e informatas são contratados e pagos para enfatizar a atividade (a dimensão racional) em detrimento do ser humano e de seu contexto (as dimensões ambíguas).

Para manter o foco no usuário, é necessário conhecê-lo, saber como age e pensa e o que quer. De acordo com Mayhew (Mayhew, 1992, apud, Agner, 2009, p.147), o erro mais comum entre os desenvolvedores seria fazer duas pressuposições apressadas: primeiro, que todos os usuários são iguais ;segundo, que todos os usuários são iguais ao próprio desenvolvedor. Quando se fala no usuário é necessário levar em conta alguns fatores como: nível educacional, alfabetização, tecnologia, língua materna e experiência de uso do sistema e etc.

Por isso não se pode tratar os usuários como se eles fossem todos iguais. Os mesmos podem ser experientes ou não e isso faz com que suas necessidades sejam distintas. Para que o site obtenha sucesso, é necessário possuir o foco no usuário e para ter foco no usuário é preciso conhecê-lo.

4.2 Usabilidade

Usabilidade é o termo técnico usado para descrever a qualidade de uso de uma interface (BEVAN, 1995, apud WINCLER e PIMENTA, 2011, p.2).

Os testes de usabilidade são técnicas utilizadas pela AI, mas que foram emprestadas da ergonomia, que medem a taxa de sucesso da busca de informações e apresenta o comportamento do usuário durante o uso de sistemas informatizados. Eles foram desenvolvidos no laboratório Parc da Xerox e usados pela primeira vez, pela equipe que desenvolveu o ALTO, a fim de definir o número de botões que deveria conter um mouse. Sua finalidade é medir a eficiência das interfaces e a interação dos usuários com a mesma. O problema mais comum entre os usuários é a dificuldade de encontrar informações no site.

Para realizar a avaliação de usabilidade nos Websites, existem vários métodos, abaixo serão listados alguns desses métodos:

- **Card sorting** – “É uma técnica bastante empregada para gerar informações sobre os modelos mentais dos usuários a respeito dos espaços de informação, que nos ajuda a estruturar sites e outros produtos” (AGNER, 2009, p. 133);
- **Avaliação heurística** – Foi desenvolvida por Jacob Nielsen e Rolf Molich, em 1994. O método é realizado através de 10 heurísticas desenvolvidas pelos autores citados acima e consiste na realização de uma avaliação sistemática da interface, por um ou mais avaliadores, seguindo as 10 heurísticas, também conhecidas como Heurísticas de Nielsen;
- **Ensaio de interação** – “Neste tipo de avaliação, usuários participam realizando algumas tarefas com a interface enquanto são observados por avaliadores em um laboratório de usabilidade” (Rubin, 1994, apud WINCLER e PIMENTA, 2001, p.32);
- **Questionário** - “O questionário online visa identificar os grupos e subgrupos de usuários-finais dos sites, assim como suas necessidades, percepções, estratégias de navegação, graus de experiência com a tecnologia, etc” (AGNER, 2009, p. 50).

4.3 Heurísticas de Nielsen

Desenvolvidas por Jacob Nielsen e Rolf Molich, as Heurísticas de Nielsen foram usadas em 1994, pela primeira vez, em um estudo para o Website da Sun Microsystems. O método consiste na avaliação sistemática da interface do usuário com relação a sua usabilidade. Dentre algumas vantagens podemos citar o pouco gasto de tempo e a economia de dinheiro, já que a aplicação do método é barata.

Para Nielsen o melhor custo/benefício é encontrado quando se utiliza de três a cinco avaliadores, já que para ele somente um avaliador não encontrará todos os problemas em uma interface. As avaliações são feitas isoladamente e depois os avaliadores se reúnem para se comunicar e comparar os resultados. Esse processo é feito para garantir que cada avaliação seja feita realmente individualmente. Pode existir também um observador, que estará presente em cada sessão, podendo auxiliar o avaliador em caso de problemas.

Cada sessão de avaliação dura em torno de uma ou duas horas e os comentários realizados, podem ser anotados pelo próprio avaliador ou pelo observador. No final de cada sessão de avaliação são apresentados resultados. Esses resultados consistem em uma lista de problemas encontrados, qual ou quais princípios foram violados, e o seu grau de importância.

Nielsen e Molich apresentaram um conjunto de 10 heurísticas para a avaliação (NIELSEN, 1994, p.30 apud MACIEL et al)

1. **Status do sistema:** o usuário deve ser informado pelo sistema em tempo razoável sobre o que está acontecendo.
2. **Compatibilidade do sistema com o mundo real:** o modelo lógico do sistema deve ser compatível com o modelo lógico do usuário.
3. **Controle do usuário e liberdade:** o sistema deve tornar disponíveis funções que possibilitem saídas de funções indesejadas.
4. **Consistência e padrões:** o sistema deve ser consistente quanto à utilização de sua simbologia e à sua plataforma de hardware e software.
5. **Prevenção de erro:** o sistema deve ter um design que se preocupe com as possibilidades de erro.
6. **Reconhecimento ao invés de lembrança:** as instruções para o bom funcionamento do sistema devem estar visíveis no contexto em que o usuário se encontra.
7. **Flexibilidade e eficiência de uso:** o sistema deve prever o nível de proficiência o usuário em relação ao próprio sistema.
8. **Estética e design minimalista:** os diálogos do sistema devem conter informações relevantes ao funcionamento.
9. **Ajuda aos usuários no reconhecimento, diagnóstico e correção de erros:** as mensagens devem ser expressas em linguagem clara, indicando as possíveis soluções.
10. **Ajuda e documentação:** a informação desejada deve ser facilmente encontrada, de preferência deve ser contextualizada e não muito extensa.

Cada problema encontrado pode ser classificado, quanto a sua gravidade, numa combinação de três fatores. São eles:

- **Frequência:** descobrir qual a frequência que o problema ocorre
- **Impacto:** descobrir se foi fácil ou difícil passar pelo problema
- **Persistência:** descobrir se o problema ocorre sempre ou com grande frequência

4.4 Indústria da moda

Com o advento da internet, a forma de relacionamento entre empresas e clientes, se expandiu, e com a indústria da moda não foi diferente. Assim como diversas outras áreas, a indústria da moda teve seus horizontes expandidos por causa da internet, uma vez que ela permite maior interação entre clientes de diversas partes do mundo, trazendo proximidade com eles, e também com novas tendências, uma vez que conectado fica mais fácil, entrar em contato com novas tendências que surgem a todo o momento, fazendo com que o mercado da moda fique em contato próximo com seu público alvo.

A marca Farm Rio nasceu na Babylonia Feira Hype, evento no Rio de Janeiro que apresenta novas marcas ao mercado, em 1997 com apenas um stand. O sucesso foi enorme e no ano de 1999, já abriram a primeira loja no posto 6, em Copacabana. No ano de 2001 abriram a segunda e a terceira loja, superaram as expectativas de venda e depois disso não pararam mais. Hoje contam com mais de 19 lojas espalhadas pelo Brasil e um e-commerce, inaugurado no ano de 2011.

A Dress to, é mais recente, nasceu em 2004. Thatiana Amorim, uma das sócias, começou fazendo roupas de modo informal, as amigas gostaram e começaram a espalhar para as outras, devido ao sucesso, no ano de 2004 foram inauguradas duas lojas e em 2007 já contavam com 22 espalhadas pelo Brasil. Vendo o potencial da marca, a sócia resolveu investir. Um dos investimentos para consolidar ainda mais a marca, foi na mudança do nome e da topografia da marca. Dress to, até o ano de 2008 era conhecida como Dress to Kill. Atualmente conta com mais de 65 lojas espalhadas pelo Brasil e um e-commerce.

5 Metodologia

A metodologia usada no seguinte trabalho será apoiada por uma revisão bibliográfica com o objetivo de embasar e dar suporte ao trabalho.

Sendo a AI, uma atividade que se propõe converter o que é complexo em algo claro, através do mapeamento, da organização e da estruturação da informação, visando o usuário, de maneira que o mesmo possa ter maior facilidade para encontrar a informação buscada, independente da sua experiência com a web, será realizado o teste de usabilidade nos sites escolhidos: Farm Rio e Dress to.

A usabilidade é uma técnica da arquitetura da informação, que tem como objetivo a avaliação da qualidade do uso de uma interface, que no caso do presente trabalho, será a aplicação das Heurísticas de Nielsen.

6. Aplicação das Heurísticas de Nielsen

As heurísticas de Nielsen serão aplicadas nos sites Farm Rio e Dress to.

6.1 Status do Sistema

É necessário que o sistema ofereça ao usuário um feedback do que está acontecendo, ele precisa saber o que acontece quando realiza determinadas ações, se obteve sucesso ou não.

- **Farm Rio**

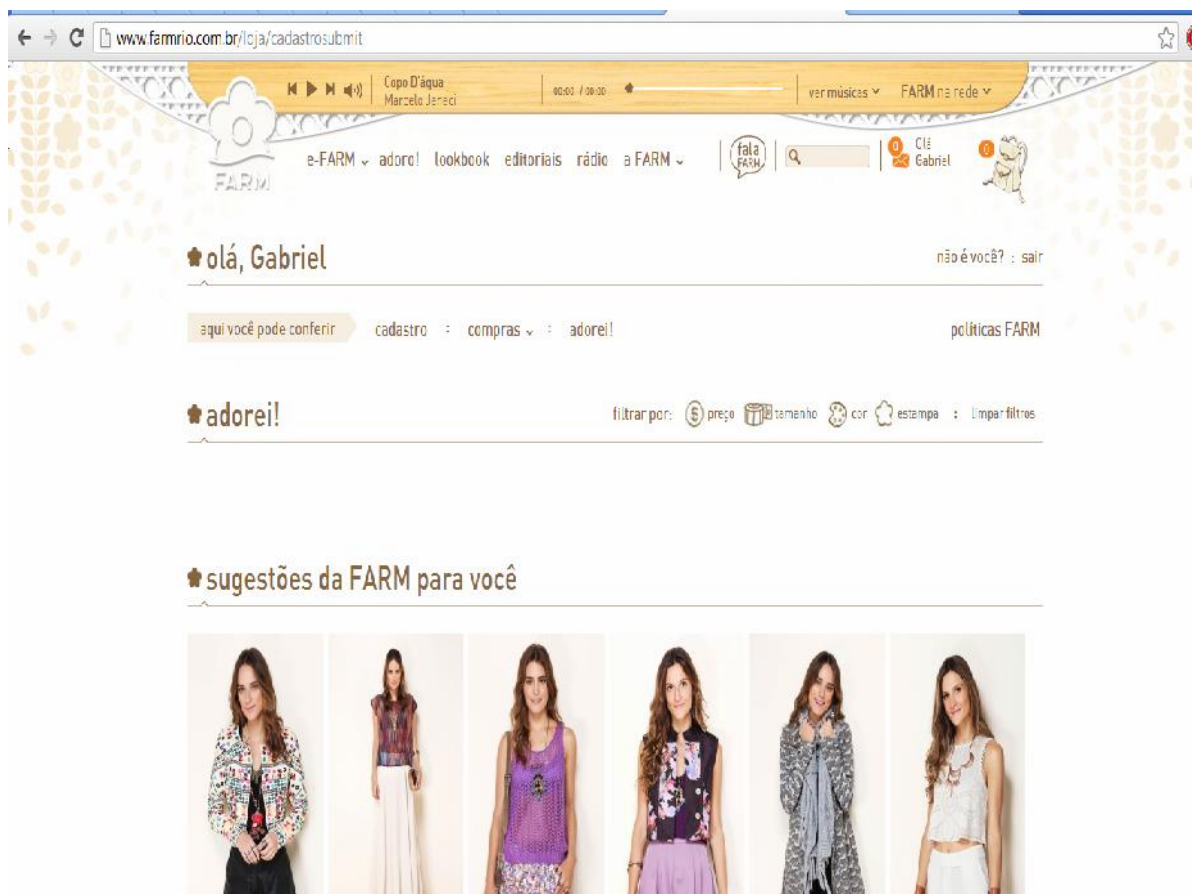


Figura 1 – Status do sistema
Fonte: www.farmrio.com.br

- Dress to

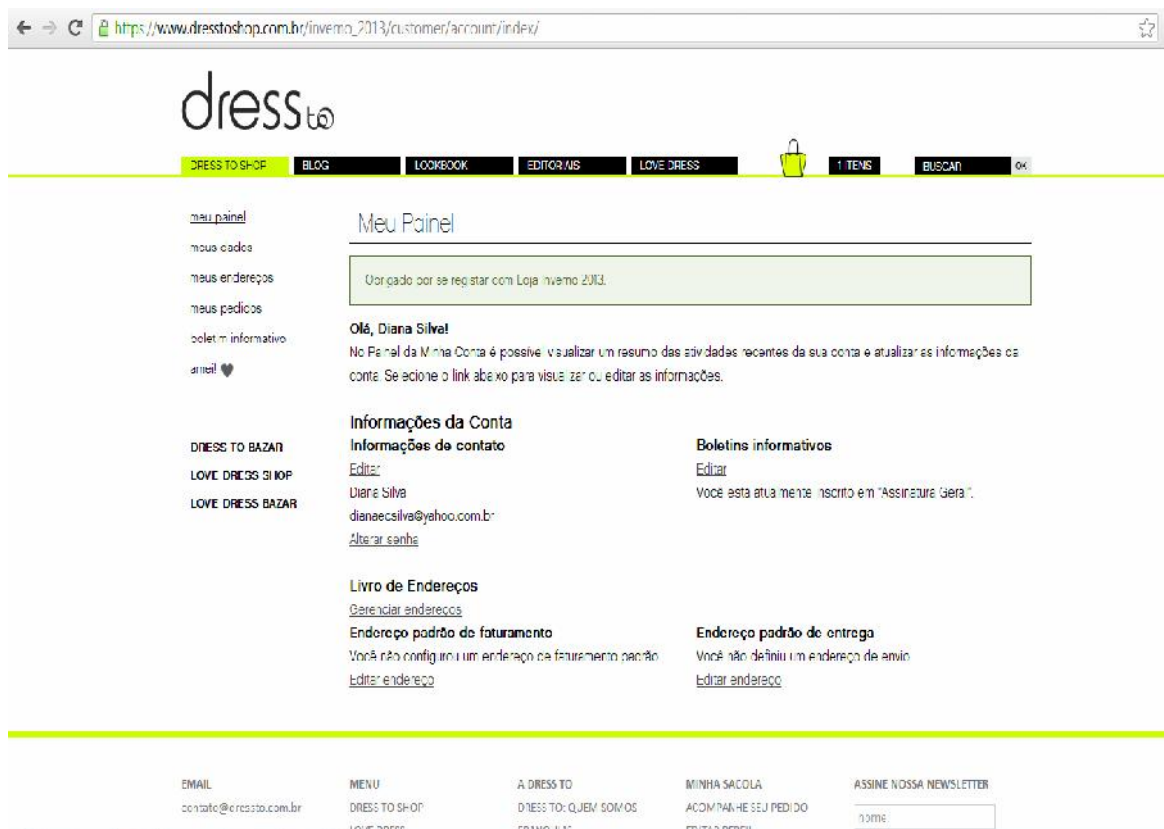


Figura 2 – Status do sistema
Fonte: www.dressto.com.br

Após a realização do cadastro no Website Farm Rio, encontramos a mensagem com o nome do usuário “olá, Gabriel”, indicando que o cadastro foi realizado com sucesso, permitindo que o mesmo realize suas compras, altere o seu cadastro, dentre outras ações e que caso se encontre satisfeito consiga efetuar sua saída.

Já no Website, da Dress to, encontramos a mensagem “Obrigada por se registrar com Loja Inverno 2013”, indicando o sucesso na realização do cadastro e a possibilidade de alteração do mesmo. Porém, não existe a opção sair. Após algumas tentativas de realizar um novo cadastro em nome de outra pessoa, o site sempre levava a esta página, com os dados já preenchidos.

6.2 Compatibilidade do sistema com o mundo real

A linguagem usada deve ser a do usuário, com palavras e frases de fácil compreensão e não a linguagem técnica do sistema.

- **Farm Rio**



Figura 3 – Compatibilidade do sistema com o mundo real

Fonte: www.farmrio.com.br

- **Dress to**



Figura 4 – Compatibilidade do sistema com o mundo real

Fonte: www.dressto.com.br

Ambos apresentam linguagem fácil e clara, adequada ao usuário.

6.3 Controle do usuário e liberdade

O usuário precisa ter a sensação de estar controlando o Website e que o mesmo, responde seus comandos.

- **Farm Rio**

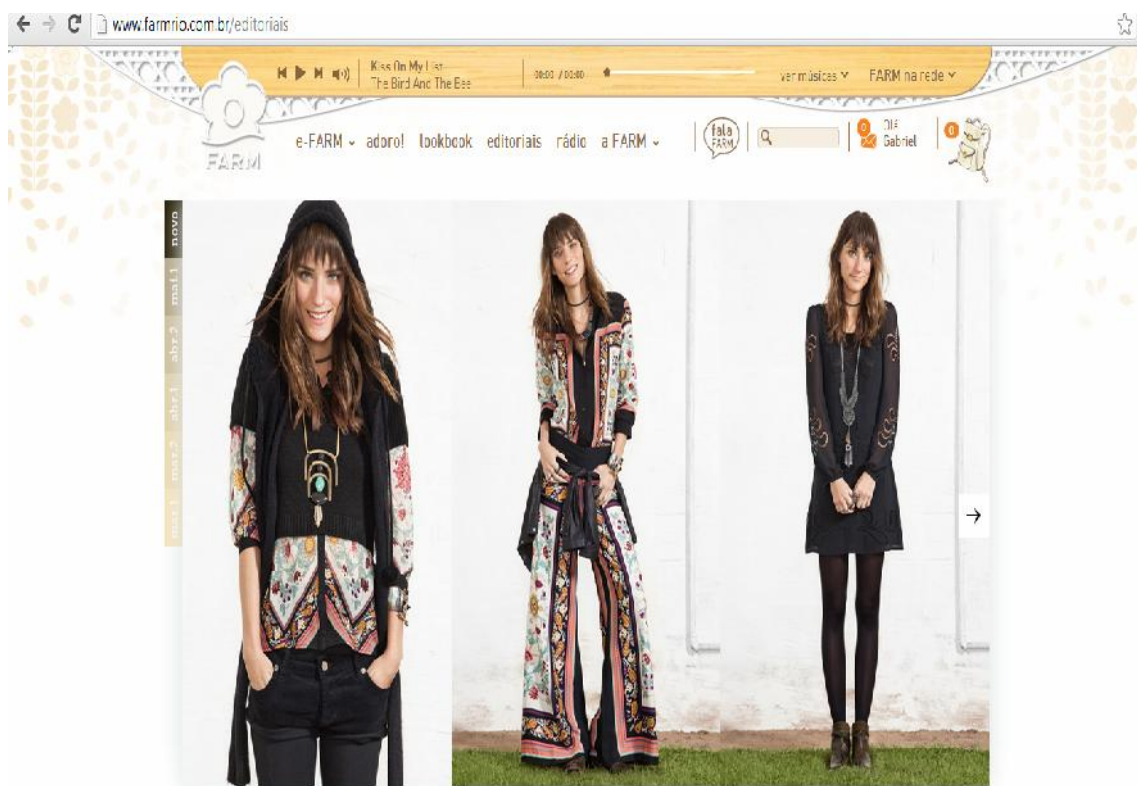


Figura 5 – Controle do usuário e liberdade
Fonte: www.farmrio.com.br

- Dress to

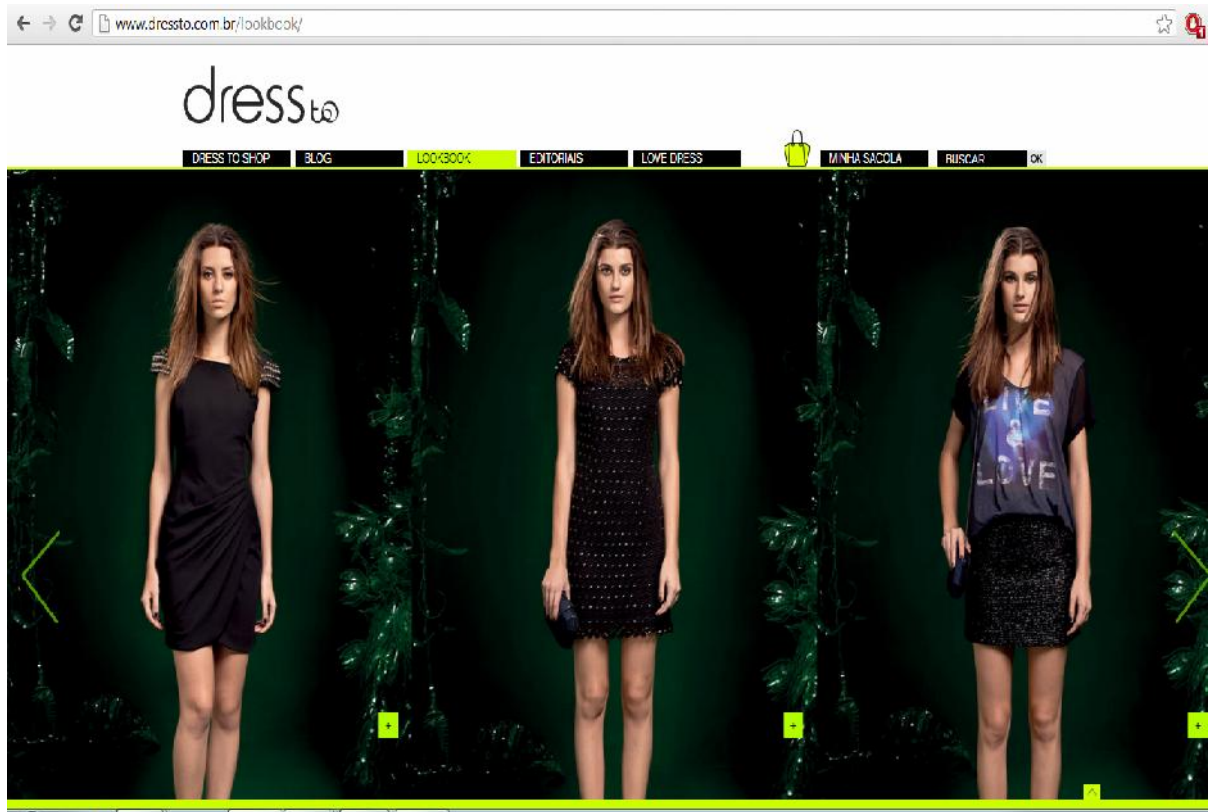


Figura 6 – Controle do usuário e liberdade
 Fonte: www.dressto.com.br

Apresentam um cabeçalho de navegação que está sempre disponível, mas deveriam também possuir a opção voltar e uma barra que mostrasse os links pelos quais o usuário já passou. O Website da Dress to, oferece uma vantagem, a opção escolhida pelo usuário aparece em destaque, pela cor verde, enquanto as outras permanecem pretas.

6.4 Consistência e padrões

O site precisa ser consistente. Utilizar a mesma linguagem, a mesma tipologia, diagramação, esquema de cores, cabeçalho, informação de forma hierarquizada e etc. É interessante possuir uma identidade visual.

- Farm Rio



Figura 7 – Consistência e padrões
Fonte: www.farmrio.com.br

- Dress to

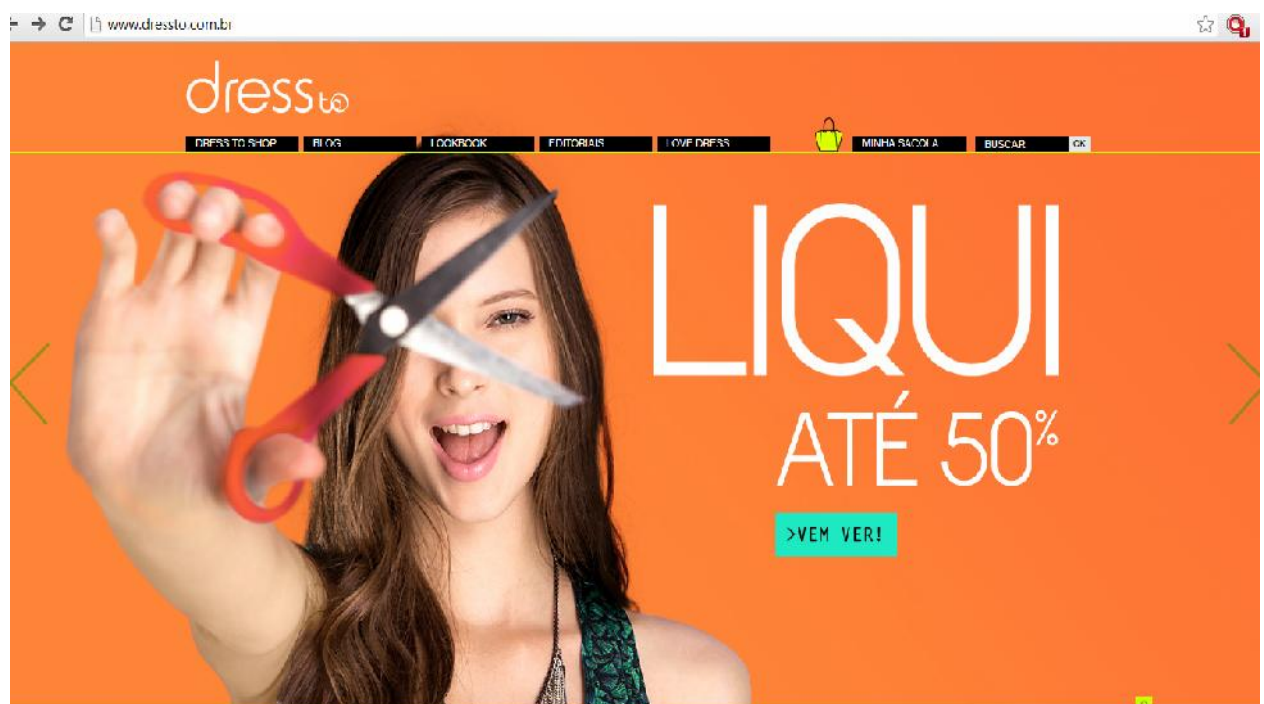


Figura 8 – Consistência e padrões
Fonte: www.dressto.com.br

Possuem identidade visual, cabeçalho, esquema de cores, não dificultando o uso por parte do usuário.

6.5 Prevenção de erros

Os erros devem ser prevenidos, por isso a projeção deve ser feita de modo a evitar que os usuários errem, com informações bem organizadas.

- **Farm Rio**

The screenshot shows the Farm Rio website's registration page. The header includes the Farm Rio logo and navigation links. The main content area is divided into two columns. The left column has a 'já tenho cadastro' (I already have an account) section with fields for email and password, and a 'usar o Facebook' (use Facebook) section with a Facebook login button. The right column has a 'nova na FARM?' (new to FARM?) section with fields for name, email, password, and a checkbox for 'quero receber novidades' (I want to receive news). Below the registration forms is a footer with various links and social media icons.

Figura 9 – Prevenção de erros
Fonte: www.farmrio.com.br

- **Dress to**

The screenshot shows the Dress to website's registration page. The header includes the Dress to logo and navigation links. The main content area is divided into two columns. The left column has a 'novidades' (news) section with links to 'últimas novidades', 'novidades e novidades', 'blusas e t-shirts', 'calças e bermudas', 'sapatos', 'acessórios', 'roupas de cama', 'roupas de banho', 'roupas de trabalho', 'roupas de festa', 'roupas de esporte', 'roupas de trabalho', 'roupas de festa', 'roupas de esporte', 'roupas de trabalho', 'roupas de festa', 'roupas de esporte'. The right column has a 'criar uma conta' (create an account) section with fields for 'primeiro nome' (first name), 'último nome' (last name), 'endereço de e-mail' (email address), 'senha' (password), and 'confirmar a senha' (confirm password). There is also a 'CPF' field. A 'criar' (create) button is at the bottom right. A note at the bottom right says 'Campos obrigatórios' (required fields).

Figura 10 – Prevenção de erros
Fonte: www.dressto.com.br

Em ambos os formulários, encontramos a informação “campo obrigatório” descrita e sinalizada por asteriscos, o que evita que o usuário deixe de preencher um campo obrigatório e não consiga finalizar sua ação. No Website da Dress to, encontramos a descrição de campo obrigatório mais visível, devido a cor, que se destacou no fundo branco.

6.6 Reconhecimento ao invés de lembrança

Não deve ser necessário que o usuário tenha que se lembrar em página estava anteriormente ou qual o caminho percorrido (migalhas).

- **Farm Rio**



Figura 11 – Reconhecimento ao invés de lembrança
Fonte: www.farmrio.com.br

- **Dress to**



Figura 12 – Reconhecimento ao invés de lembrança
Fonte: www.dressto.com.br

O cabeçalho do site está sempre visível para o usuário, em qual ação, mas isso não é o suficiente. Ambos não possuem uma barra com o caminho percorrido pelo site, o que pode dificultar o uso, caso o usuário queira saber como chegou a determinado link.

6.7 Flexibilidade e eficiência de uso

O Website não deve apresentar problemas para nenhum perfil de usuário. Precisa atender a usuários experientes e inexperientes.

- **Farm Rio**

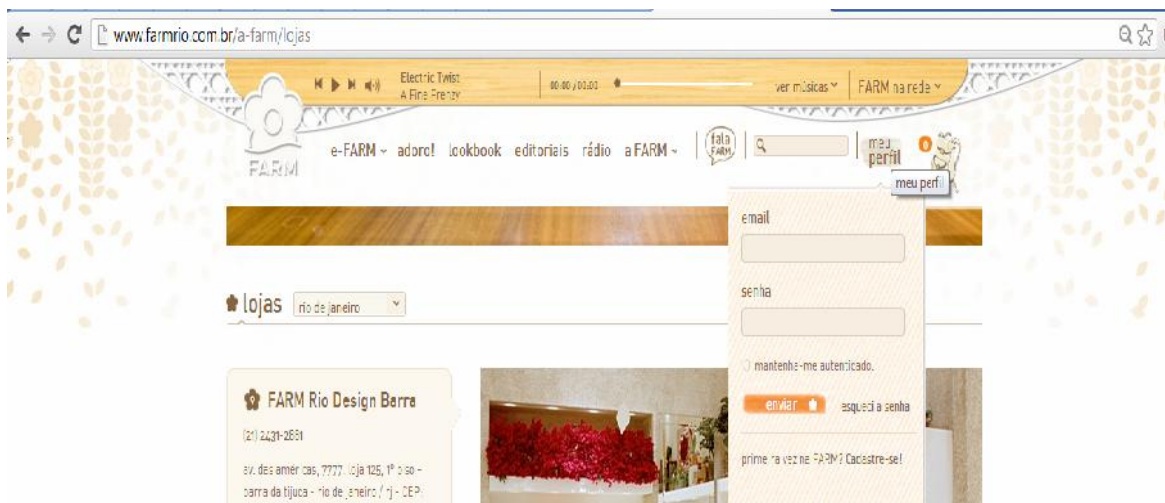


Figura 13 – Flexibilidade e eficiência de uso
Fonte: www.farmrio.com.br

- **Dress to**



Figura 14 – Flexibilidade e eficiência de uso
Fonte: www.dressto.com.br

The screenshot shows the Dress to website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'dress to' and several menu items: DRESS TO SHOP, BLOG, LOOKBOOK, EDITORIALS, LOVE DRESS, a shopping bag icon, 0 ITEMS, BUSCAR, and OK. Below the navigation bar, on the left, is a vertical list of categories: novidades, cápsula sementes, cápsula habitat, DRESS TO SHOP, vestidos, mecalcões e macaquinhos, blusas e t-shirts, casacos e coletes, saias, shorts e bermudas, calças, and acessórios. The main content area is titled 'Conectar-se ou criar conta'. It is divided into two columns. The left column is for 'Novos clientes' (New clients), explaining the benefits of creating an account. The right column is for 'Clientes cadastrados' (Registered clients), asking for login details. It includes input fields for 'Endereço de e-mail' and 'Senha' (Password), with a red asterisk indicating required fields. Below the password field is a link for 'Esqueceu a senha?' (Forgot your password?). At the bottom of the right column is a green button labeled 'CONECTAR-SE'. At the bottom of the left column is a green button labeled 'CRIAR UMA CONTA'.

Figura 15 – Flexibilidade e eficiência de uso

Fonte: www.dressto.com.br

Para quem está utilizando os sites pela primeira vez, a opção cadastro não se encontra de forma tão clara. Nos dois sites, encontramos de primeira uma linguagem que passa a impressão que o perfil está disponível para aqueles que já possuem cadastro e não para quem quer se cadastrar. No Website da Farm Rio, a ação é um pouco mais fácil, pois se encontra na parte superior da tela e basta passar o mouse em cima que visualizamos a opção para novos cadastros. Já no Website da Dress to, a ação é um pouco mais complicada, pois se encontra no menu na parte inferior e que precisa –se clicar na seta para que ele apareça. Para a realização de um novo cadastro é necessário clicar em “Editar perfil”.

6.8 Estética e design minimalista

Informações ou detalhes em excesso devem ser evitados, pois podem confundir ou distrair o usuário. Na página principal, somente as informações mais relevantes.

- Farm Rio

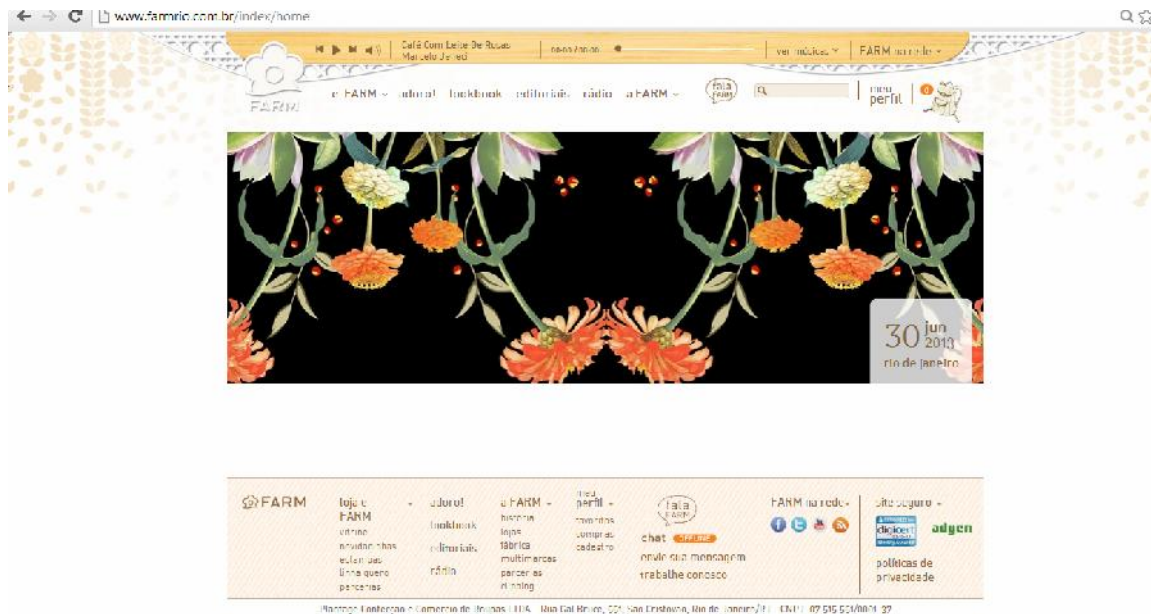


Figura 16 – Estética e design minimalista
Fonte: www.farmrio.com.br

- Dress to

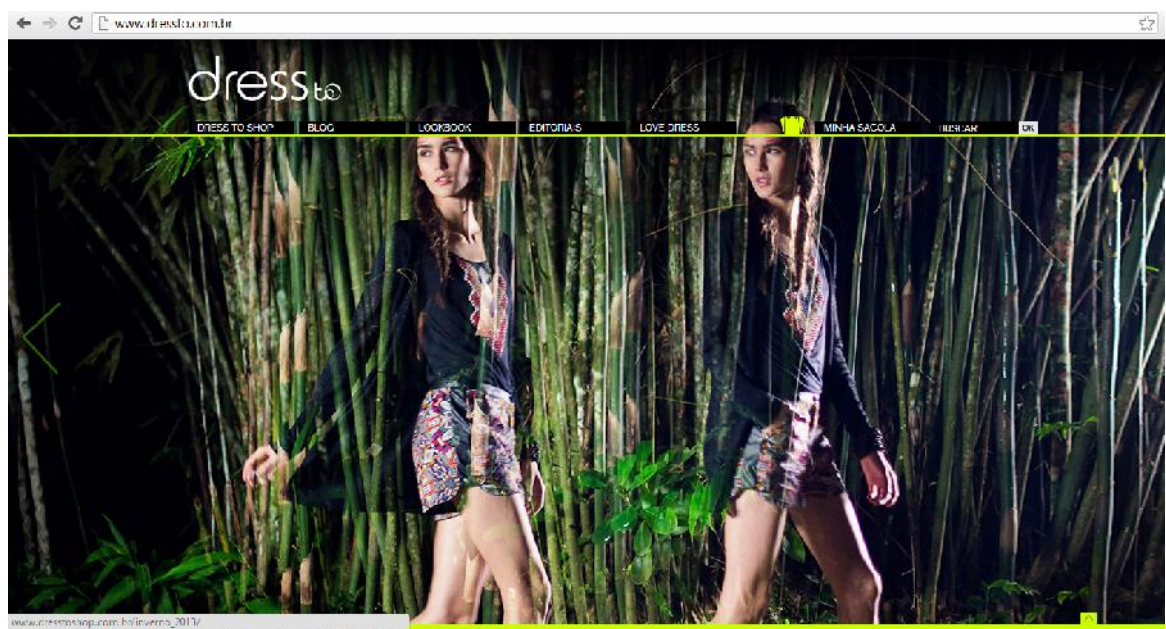


Figura 17 - Estética e design minimalista
Fonte: www.dressto.com.br



Figura 18 – Estética e design minimalista
Fonte: www.dressto.com.br

A navegação em ambos é fácil. Não possuem informações irrelevantes e que possam atrapalhar e confundir o usuário. Possuem design simples e limpo.

6.9 Ajudar aos usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros

As mensagens de erros devem ter linguagem clara e auxiliar o usuário como proceder diante do erro. Mensagens personalizadas e com um texto que ajude o usuário, são corretas.

- **Farm Rio**

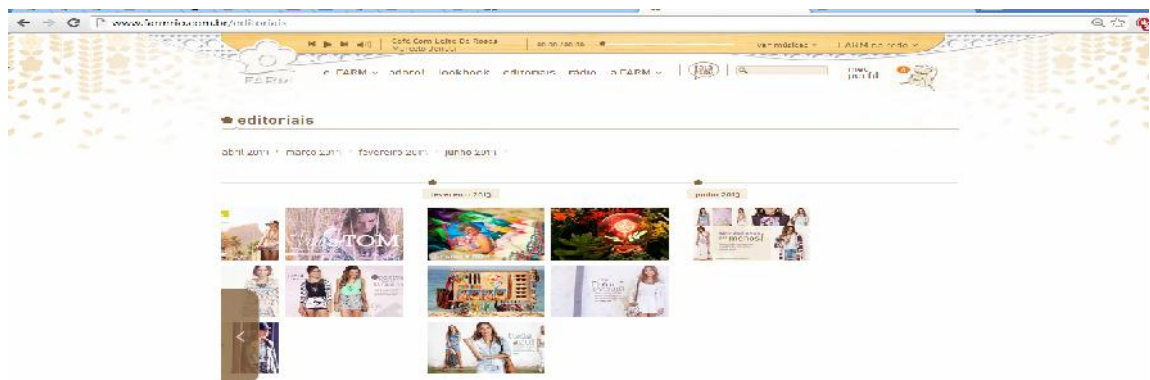


Figura 19 – Ajudar aos usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros
Fonte: www.farmrio.com.br

- **Dress to**



Figura 20 - Ajudar aos usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros
Fonte: www.dresto.com.br

O Website da Farm Rio, não pode ser avaliado nesse quesito, pois houve problemas que gerassem mensagem de erro. No Website da Dress to, ao tentar realizar o cadastro para recebimento da Newsletter, aparecia uma mensagem de erro 404, não personalizada e não auxiliando o usuário.

6.10 Ajuda e documentação

Deve ser de fácil acesso ao usuário.

- **Farm Rio**



Figura 21 – Ajuda e documentação
Fonte: www.farmrio.com.br

Figura 22 – Ajuda e documentação
Fonte: www.farmrio.com.br

- Dress to

Figura 23 – Ajuda e documentação
Fonte: www.dressto.com.br

Figura 24 – Ajuda e documentação
Fonte: www.dressto.com.br

← → ↻ www.dressto.com.br/contacto/

nome

email

assunto

mensagem

deseja receber novidades? ☐

Enviar

Figura 25 - Ajuda e documentação
Fonte: www.dressto.com.br

Encontra-se ajuda nos dois Websites. Porém, a da Farm Rio, além de estar mais bem localizada, conta também com um chat online. O único problema encontrado no chat, é que não informa o horário de atendimento. No caso do Website da Dress to, o formulário para envio da mensagem, está na parte muito inferior da página, levando o usuário a ter que rolar a barra verticalmente para descobri-lo.

7 Considerações finais

Após aplicar as Heurísticas de Nielsen, nos Websites da Farm Rio e Dress to, pode se perceber que apesar de serem de marcas importantes e com grande visibilidade no mercado, foram encontrados alguns erros que podem acarretar na perda de alguns usuários e até mesmo de vendas, já que as duas marcas possuem comércio eletrônico. Das dez Heurísticas aplicadas, os sites apresentaram problemas em seis delas. Não foram problemas graves, mas merecem atenção. Na próxima seção serão apresentadas considerações e possíveis soluções para os problemas encontrados.

8 Resultados

- 6.1 - Status do Sistema: Para o Website da Dress to, uma solução possível é colocar a opção “Sair” no cadastro.
- 6.3 - Controle do usuário e liberdade: Para o problema encontrado em ambos os sites, a solução seria desenvolver uma barra que mostrasse os links, pelos quais o usuário já passou e a opção “Voltar”.
- 6.6– Reconhecimento ao invés de lembrança: Assim como citado acima, a solução para ambos os Websites seria a criação de uma barra com o caminho percorrido pelo usuário.
- 6.7 – Flexibilidade e eficiência de uso: Para se cadastrar, não é tão fácil, para um usuário novo, encontrar a ação cadastrar. A criação de uma opção “Novo cadastro” ao lado de “Editar meu perfil” no caso da Dress to e “Meu Perfil” no caso da Farm, é uma possível solução.
- 6.9 – Ajudar os usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros: O Website da Dress to apresentou um erro no cadastro para Newsletter. O desenvolvimento de uma mensagem de erro padronizada e se possível com uma explicação ou auxílio para o usuário, é uma possível solução.
- 6.10 – Ajuda e documentação: No chat da Farm Rio, é ideal colocar o horário de funcionamento, pois o mesmo não funciona 24 horas e para o formulário da mensagem do Website da Dress to, o correto é colocá-lo na parte superior da página e não na parte inferior como se encontra, pois passa uma impressão que ele não existe e faz com que o usuário tenha que rolar a barra lateral verticalmente.

Referências

AGNER, Luiz. **Ergodesign e arquitetura de informação**: trabalhando com o usuário. 2. ed. Rio de Janeiro: Quartet, 2009. 196 p.

AGNER, Luiz; SILVA, Fabio Luiz Carneiro Mourilhe. **Uma introdução à arquitetura da informação: conceitos e usabilidade**. Disponível em: <http://www.agner.com.br/download/artigos/2CIPED_Uma_Introducao_AI.pdf> Acesso em: 1 de mar. 2013

AGNER, Luiz. **Avaliações heurísticas**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/agner/heuristicas-usabilidade>> Acesso em: 1 mar. 2013

DRESS TO. Disponível em: <<http://www.dresto.com.br/>> Acesso em: 3 jul. 2013

FARM. Disponível em : < <http://pt.scribd.com/doc/39475359/Farm> > Acesso em : 2 jul. 2013

FARM RIO. Disponível em < <http://www.farmrio.com.br/>> Acesso em: 3 jul.2013

FARM RIO NO MULTISHOW. Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=PCRehTv8QME>> Acesso em : 3 jul. 2013

GRANDE DUPLA DE CRIAÇÃO: MARCA DRES TO E A CONSULTORA LUIZA BOMENY. Disponível em : < <http://institutoriomoda.blogspot.com.br/2012/03/grande-dupla-de-criacao-marca-dress-to.html>> Acesso em : 6 jul. 2013

MACIEL, Cristiano; NOGUEIRA, José Luis T.; CIUFFO, Leandro Neumann; GARCIA, Ana Cristina Bicharra. **Avaliação heurística de sítios na web**. In: CONGRESSO REGIONAL DE INFORMÁTICA E TELECOMUNICAÇÕES – 9., 2004, Cuiabá. **Anais**. Cuiabá: PAK Multimídia, 2004. Disponível em: <http://www.addlabs.uff.br/Novo_Site_ADDLabs/images/documentos/publicacoes/trabalhos_anais_congresso/2005/tutorial_e-gov.pdf> Acesso em: 4 jul. 2013

MARKETING DIGITAL. Disponível em: <
<http://www.slideshare.net/andreaafonso70/marketing-digital-9889583>> Acesso em : 5 jul.
2013

PIMENTA, Marcelo Soares; WINCKLER, Marco. **Avaliação de Usabilidade de Sites Web.** 2002. **Anais...** In: IV Workshop sobre Fatores Humanos em Sistemas de Computação. Florianópolis, 2001

SANTINHO, Miguel. **Avaliação heurística e testes com utilizadores:** dois métodos, dois resultados: análise comparada da usabilidade nos sítios das televisões portuguesas, 2001.